

PELUANG DAN TANTANGAN AGEN ASURANSI DALAM MENINGKATKAN NASABAH ASURANSI SYARIAH (STUDI PADA PT. PRUDENTIAL SYARIAH CABANG JAMBI)

Dessy Anggraini¹⁾, Neneng Sudharyati²⁾

¹⁾Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Uin Sultan Thaha Saifuddin Jambi

E-mail: dessyanggraini78@uinjambi.ac.id

²⁾Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Uin Sultan Thaha Saifuddin Jambi

E-mail: nenengsudharyati@uinjambi.ac.id

Abstract

This study aims to determine the opportunities and challenges of agents in marketing sharia insurance products at PT. Prudential Syariah Jambi Branch. This type of research is qualitative research. The data used is primary data obtained from the company PT. Prudential Syariah Jambi Branch. Population of 373 customers during 2013-2022. The analysis used is swot analysis, swot analysis is the systematic identification of various factors to formulate company strategy. Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats are the company's strategic factors that need to be analyzed in the current conditions. The research results used strengths (1.69), weaknesses (1.85), opportunities (1.82), and threats (1.65). So it can be concluded that opportunities and challenges have the same risk, so that the company PT. Prudential Syariah Jambi Branch must prepare the right strategy for agents in increasing customers and marketing sharia insurance products.

Keywords: Opportunities, Challenges, Insurance Customers

1. PENDAHULUAN

Asuransi syariah merupakan salah satu cara untuk saling melindungi dan membantu antara beberapa orang melalui investasi pada properti yang memberikan pola pengembalian sesuai dengan hukum islam. Kajian tentang asuransi syariah menemukan bahwa dunia islam menarik untuk dikaji secara detail bagaimana penerapan konsep ekonomi berdasarkan hukum islam. Asuransi syariah dikenal juga dengan asuransi *ta'awun* yang artinya tolong-menolong. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa prinsip asuransi syariah didasarkan pada prinsip toleransi beragama antar manusia untuk membangun pemahaman bersama guna mengurangi risiko kemungkinan bencana yang dapat dihadapi. (Hasan Ali, 2014)

Asuransi syariah semakin populer di Indonesia. Asuransi syariah adalah jenis asuransi yang didasarkan pada hukum islam. Asuransi jenis ini berkembang pesat di Indonesia seiring dengan perkembangan industri keuangan syariah. Beberapa perusahaan asuransi syariah sudah mulai menawarkan produk yang berdasarkan pada prinsip-prinsip hukum syariah. Asuransi syariah sangat populer khususnya di Provinsi Jambi yang memiliki populasi muslim yang besar dan kesadaran masyarakat yang tinggi terhadap produk syariah. Data menunjukkan bahwa penjualan produk syariah akhir-akhir ini semakin meningkat karena masyarakat semakin mudah melakukan transaksi keuangan syariah. Semakin meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap lembaga keuangan syariah akan lebih banyak lembaga keuangan yang mematuhi hukum syariah. Salah satunya adalah perusahaan asuransi syariah yang berkembang di Provinsi Jambi. (Abdullah Amrin, 2011)

Jumlah perusahaan asuransi syariah di Provinsi Jambi sangat banyak dan pertumbuhannya semakin meningkat dari tahun ke tahun. Hal ini dikarenakan: Pertama, asuransi syariah sesuai dengan ajaran alquran dan hadits. Kedua, karena mayoritas penduduk di Provinsi Jambi beragama islam. Ketiga, prinsip keadilan diterapkan dengan sistem bagi hasil dalam

asuransi syariah. Keempat, jumlah perusahaan asuransi di Provinsi Jambi cukup banyak, namun persaingannya masih kecil.

Berdasarkan Fatwa Dewan Syariah Nasional No. 21/DSN/-MUI/X/200, asuransi syariah adalah usaha untuk saling melindungi dan membantu antara beberapa orang atau pihak dengan cara menginvestasikan aset dan memberikan model pengembalian untuk memenuhi risiko tertentu melalui akad (perjanjian) menurut hukum syariah. Akad yang sesuai syariah adalah akad yang tidak melibatkan *gharar* (penipuan), *maisiri* (perjudian), *riba dzulm* (penyalahgunaan), *riswah* (suap), barang haram dan maksiat.

Tabel 1.1 Jumlah Data Nasabah PT. Prudential Syariah Cabang Jambi Selama Periode Tahun 2013-2022

No	Tahun	Jumlah Nasabah
1	2013	41
2	2014	33
3	2015	26
4	2016	39
5	2017	48
6	2018	37
7	2019	48
8	2020	32
9	2021	33
10	2022	36
	Total	373

Sumber: PT. Prudential Syariah Cabang Jambi, 2023.

Dari data tersebut terlihat bahwa perkembangan asuransi PT. Prudential Syariah Cabang Jambi tidak stabil, naik dan turun, dan jumlah nasabah asuransi syariah dari tahun 2013 sampai dengan tahun 2022 berjumlah sebanyak 373 nasabah dan dengan jumlah agen yang sangat tinggi berdampak pada nasabah asuransi, sehingga mereka harus bekerja keras untuk mendukung perkembangan perusahaan asuransi PT. Prudential Syariah Cabang Jambi.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka penulis tertarik untuk mengkaji dan mempelajari lebih jauh mengenai agen untuk meningkatkan jumlah nasabah asuransi syariah di Kota Jambi. Oleh karena itu, penulis mengambil judul ***“Peluang dan Tantangan Agen Asuransi Dalam Meningkatkan Nasabah Asuransi Syariah (Studi pada PT. Prudential Syariah Cabang Jambi)”***.

2. METODE PENELITIAN

Metode dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif komparatif dengan pendekatan kualitatif. Kualitatif merupakan penelitian yang menekankan pada aspek pemahaman secara mendalam terhadap suatu masalah daripada melihat permasalahan untuk penelitian generalisasi.

Lokasi Penelitian dan Objek Penelitian

Lokasi penelitian ini adalah di lembaga asuransi syariah yang berada di Jl. Kol. Pol. M. Thaher, Wijaya Pura, Kec. Jambi Selatan, Kota Jambi.

Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian, misalnya : perilaku, persepsi,

motivasi, tindakan, dan lain-lain. Secara holistik, dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dengan memanfaatkan berbagai metode alami.

2. Sumber Data Penelitian

Data penelitian ini adalah data primer merupakan data yang mana penulis mendapatkan hasil penelitian dilokasi setempat. Baik itu berupa hasil wawancara, yang didapat dari manager dan karyawan, yang didapat dari manager dan karyawan asuransi.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil Penelitian

Untuk mengetahui langkah-langkah yang perlu dilakukan oleh perusahaan asuransi PT. Prudential Syariah Cabang Jambi dalam menentukan kebijakan strategi pemasaran, maka diperlukan matrik SWOT yang bisa menunjukkan faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dimiliki oleh perusahaan asuransi PT. Prudential Syariah Cabang Jambi, sehingga kemungkinan salah dalam mengambil keputusan dalam pemasaran dapat dihindari. Berdasarkan matriks SWOT oleh Kotler (2012), maka diperoleh hasil analisis SWOT perusahaan asuransi syariah PT. Prudential Syariah Cabang Jambi adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1 KEKUATAN

No	Strenght	Nilai	Skor	Nilai x skor
1	Produk Asuransi Syariah PT. Prudential Syariah Cabang Jambi sudah tersebar di Indonesia.	0,18	4	0,72
2	Pembayaran premi sesuai kesepakatan nasabah dan perusahaan	0,05	3	0,15
3	Tidak adanya unsur bunga (riba)	0,09	2	0,18
4	Akad sesuai syariah	0,08	2	0,16
5	Sistem manajemen yang baik	0,08	3	0,24
6	Akses sudah melalui media sosial (online)	0,08	3	0,24
	Total	0,56		1,69

Tabel 3.2 KELEMAHAN

No	Weakness	Nilai	Skor	Nilai x skor
1	Uang pertanggungan tidak akan diterima oleh ahli waris sebelum 3 bulan setelah meninggalnya pemilik polis	0,16	2	0,32
2	Modal dasar didapat dari pembayaran premi	0,12	3	0,36
3	Minim promosi untuk produk	0,08	2	0,16
4	Market asuransi syariah masih rendah seperti jangkauan yang hanya dapat dijangkau oleh beberapa kelompok saja	0,07	2	0,14
5	Adanya tekanan terhadap agen dalam mencari nasabah	0,09	3	0,27
6	Penyampaian produk belum signifikan atau jelas	0,08	2	0,16
	Total	0,60		1,85
	Sub total	1,00		3,54

Hasil analisis tabel diatas, dapat diketahui variabel internal faktor kekuatan (*strenght*) mempunyai nilai total 1,69 sedangkan kelemahan (*weakness*) mempunyai nilai 1,85 sehingga total variabel internal memiliki skor 3,54.

Tabel 3.3 PELUANG

No	Opportunity	Nilai	Skor	Nilai x skor
1	Segmen dan target pasar dalam memasarkan jasa perlindungan sangat memadai	0,11	4	0,44
2	Jumlah asuransi syariah yang masih sedikit	0,08	3	0,24
3	Hubungan yang baik dengan nasabah	0,12	3	0,36
4	Permintaan pasar yang sudah diawasi oleh dewan pengawas syariah	0,11	3	0,33
5	Meningkatnya kebutuhan masyarakat	0,11	3	0,33
6	Lokasi perusahaan strategis	0,06	2	0,12
	Total	0,59		1,82

Tabel 3.4 ANCAMAN

No	Threats	Nilai	Skor	Nilai X skor
1	Kencangnya promosi, iklan dan competitor	0,13	3	0,39
2	Pemahaman nasabah yang kurang mengenai konsep syariah	0,07	3	0,21
3	banyaknya perusahaan-perusahaan asuransi yang baru yang lebih menarik dan modern	0,08	3	0,24
4	Peningkatan marketing service dari tenaga asuransi lain	0,09	3	0,27
5	Pihak bank lebih melirik usaha mikro kecil	0,09	2	0,18
6	Kurangnya kepercayaan masyarakat terhadap produk asuransi	0,09	4	0,36
	Total	0,48		1,65
	Sub total	1,03		3,47

Hasil analisis tabel diatas, dapat diketahui bahwa variabel eksternal faktor peluang (*Opportunity*) nilai total 1,82 sedangkan faktor ancaman (*Threats*) mempunyai nilai 1,65, sehingga total variabel eksternal memiliki skor 3,47.

Tabel 3.5 Daftar Tabel Perhitungan SWOT

IFAS EFAS	(Strength) Kekuatan	(Weakness) Kelemahan
(Opportunity) Peluang	Strategi SO = 1,69 + 1,82 = 3,51	Strategi WO = 1,85 + 1,82 = 3,67
(Threats) Ancaman	Strategi ST = 1,69 + 1,65 = 3,34	Strategi WT = 1,85 + 1,65 = 3,50

Dari tabel diatas, bisa disimpulkan bahwa kekuatan + peluang (SO) = 3,51. Peluang + kelemahan (WO) = 3,67. Kekuatan + Ancaman (ST) = 3,34 dan kelemahan + ancaman (WT) = 3,50, sehingga dalam perencanaan strategi ini yang harus dilakukan perusahaan asuransi PT. Prudential Syariah Cabang Jambi adalah memanfaatkan strategi SO, kemudian ST, WO, dan terakhir WT.

Dari analisis SWOT diatas, dapat dilihat bahwa faktor kekuatan dan peluang dibandingkan dengan faktor kelemahan dan ancaman. Oleh karena itu, merupakan posisi yang sangat menguntungkan, perusahaan mempunyai peluang dan kekuatan sehingga ia dapat memanfaatkan peluang yang ada secara maksimal, untuk menerapkan strategi yang mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif.

3.2 Pembahasan Hasil Penelitian

a. Peluang

Berdasarkan hasil penelitian diatas pengaruh peluang terhadap agen yaitu kekuatan + peluang (SO) = 3,51. Peluang + kelemahan (WO) = 3,67, sehingga diperlukan strategi yang tepat untuk memasarkan produk asuransi syariah. Peluang adalah sebuah kesempatan dalam bertindak mencapai sesuatu, peluang dalam bahasa inggris disebut dengan *opportunity* memiliki arti sesuai dengan KBBI adalah kesempatan. Secara sederhana peluang diartikan sebagai kesempatan muncul atau terjadi pada satu peristiwa. Itu artinya peluang adalah sebuah atau beberapa kesempatan yang muncul dari sebuah kejadian atau "*moment*". Jadi, asal dari peluang itu adalah kesempatan yang terjadi dan berkembang menjadi ide bagi seseorang.

b. Tantangan

Berdasarkan hasil penelitian diatas, Kekuatan + Ancaman (ST) = 3,34 dan kelemahan + ancaman (WT) = 3,50. Dilihat dari nilai tantangan dan ancaman pengaruh agen untuk mengembangkan produk asuransi PT. Prudential Syariah Cabang Jambi masih sangat rendah, maka diperlukan strategi yang tepat. Antara peluang dan tantangan resiko yang dihadapi oleh perusahaan sama –sama besar. Tantangan adalah orang yang mampu menciptakan bisnis baru, dan orang yang biasanya langsung berhadapan dengan resiko mampu mengidentifikasikan dalam mencapai keberhasilan. Seseorang yang mampu menghadapi tantangan adalah dia yang mampu mengidentifikasikan berbagai kesempatan, dan mencurahkan seluruh sumberdaya yang ia miliki untuk mengubah kesempatan itu suatu yang menguntungkan.

4. KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti, maka ada beberapa kesimpulan yang dapat diambil dari hasil penelitian ini yaitu:

1. Strategi pemasaran produk asuransi syariah pada perusahaan PT. Prudential Syariah Cabang Jambi. Kekuatan utama perusahaan PT. Prudential Syariah Cabang Jambi yaitu mempunyai brand yang sudah banyak dikenal oleh masyarakat sedangkan kelemahan utamanya yaitu pada seorang agen yang masih kurang karena masih banyak seorang agen Prudential Syariah yang tidak mempunyai skill dalam memasarkan produk asuransi. Peluang inovasi produk asuransi yang sudah meningkat sehingga banyak masyarakat yang menginginkan produk PT. Prudential Syariah terutama produk asuransi syariah sedangkan ancaman banyaknya persaingan di industri asuransi yang mengakibatkan itu menjadi ancaman bagi PT. Prudential Syariah Cabang Jambi karena PT. Prudential Syariah Cabang Jambi harus mengetahui perkembangan atau mewaspadai perusahaan lain sehingga PT. Prudential Syariah Cabang Jambi juga dapat mengembangkan strategi agar tidak kalah dalam bersaing di industri perasuransian.
2. Peluang dan tantangan agen asuransi dalam meningkatkan nasabah asuransi syariah di perusahaan asuransi Prudential Syariah yaitu harus memiliki nilai jual dan berani mengambil risiko dan berorientasi pada masa depan. Perusahaan PT. Prudential Syariah Cabang Jambi memanfaatkan teknologi atau media sosial untuk mendukung perkembangan perusahaan dalam meningkatkan inovasi terbaru yang mudah diakses oleh nasabah, serta memiliki kepercayaan diri yang tinggi.
3. Produk asuransi PT. Prudential Syariah Cabang Jambi semakin dikenal oleh masyarakat dan menyesuaikan dengan kebutuhan masyarakat serta inovasi teknologi sehingga produk jauh lebih mudah diakses oleh masyarakat.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, saran yang dapat diberikan oleh peneliti adalah:

1. Bagi Perusahaan
 - a) Tingkatkan pelayanan terhadap nasabah;
 - b) Tingkatkan kualitas produk;
 - c) Tingkatkan pemasaran produk;
 - d) Perbanyak iklan dan spanduk agar dikenal masyarakat luas.
2. Bagi Akademik

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi dan dokumentasi bagi pihak kampus sebagai bahan acuan penelitian selanjutnya dalam melakukan penelitian yang berkaitan dengan Peluang dan Tantangan Agen Dalam Meningkatkan Nasabah Asuransi Syariah, meskipun penelitian ini jauh dari kesempurnaan dan banyak kekurangannya. Peneliti dalam melakukan penelitiannya mengalami berbagai hambatan dan kendala yang dihadapi dalam pencarian informasi karena menyangkut kerahasiaan perusahaan.
3. Bagi Penulis Selanjutnya

Bagi Peneliti selanjutnya, diharapkan dapat menambah atau mengganti variabel lain yang berpengaruh terhadap peningkatan asuransi syariah dan lebih mengkaji tentang hukum-hukum asuransi yang sesuai dengan alqur'an dan hadist.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Untuk itu melalui kata pengantar ini, penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada seluruh pihak yang terkait dalam penyelesaian penelitian ini.

6. REFERENSI

- Ali, Hasan, Asuransi Dalam Perspektif Hukum Islam, Jakarta, Prenata Media, 2014.
- Amrin, Abdullah, Meraih Berkah melalui Asuransi Syariah, Jakarta, PT. Ekex Media Komputindo, 2011.
- “Analisis Keputusan Beli Nasabah Non Muslim Pada Asuransi Syariah (Studi Pada Asuransi Jiwa Bersama Bumi Putera 1912 Syariah Cabang Jambi).” *Uin Sts Jambi, Ekonomi Dan Bisnis Islam*, Kota Jambi, 2018.
- “Analisis Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia Dan Produk Asuransi Syariah Dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif (Studi Pada Pt. Asuransi Jiwa Syariah Al Amin Bandar Lampung).” *Universital Islam Negeri Raden Intan Lampung, Perbankan Syariah*, Lampung, N.D.
- “Analisis Persepsi Peserta Asuransi Syariah Terhadap Kualitas Pelayanan Agen (Studi Perusahaan Pada Pt. Bumiputera Cabang Serang).” *Program Studi Asuransi Syariah, Febi Uin Sultan Maulana Hasanuddin Banten*, Banten, N.D.
- “Asuransi Syariah.” *Muhammad Ajib*, Jakarta, N.D.
- “Asuransi Syariah Di Indonesia (Studi Tentang Peluang Ke Depan Industri Asuransi Syariah).” *Staimus Surakarta*, Surakarta, N.D.
- Kotler. P dan Gary Armstrong, Principles of Marketing 7e, Terj. Alexander Sindoro, “Dasar-dasar Pemasaran”, Jakarta, Prenhallindo, 2012.
- Redhika, Rizki, And Kasyful Mahalli. “Analisis Potensi Dan Kendala Pengembangan Asuransi Syariah Di Kota Medan,” N.D., 13.
- Sula, Muhammad Syakir, Asuransi Syariah (Life and General) Konsep dan Sistem Oprasional, Jakarta, Gema Insani Press, 2002.